

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TAKAFUL DANA PENDIDIKAN (FULNADI) PADA PT. TAKAFUL KELUARGA RO RIAU AGENCY DI DESA SIMPANG RAYA KECAMATAN SINGINGI HILIR

NOFA EGA ANISAH
Dian Meliza, S.HI., MA

Universitas Islam Kuantan Singingi

E-mail: nofaegaanisa@gmail.com, dianhabibi2011@gmail.com,

Abstract:

Fulnadi was an insurance program and savings withdrawal pattern appropriate with funding needs to the education fee when the children on the level kindergarten, elementary school, junior high school, until university level. This research used research field, the total of the population was 267, from the population researcher acquired 39 sample respondents was eased using slovin formula. The data was analyzed using percentage formula. Results showed that the marketing strategy carried out by the PT. Riau RO Family Agency's Takaful in marketing the education fund takaful product could be categorized as low as 0%. The factor why muslim followed fulnadi program because education was very important and education determined the success, whilst the inhibitor factor was there no close-in agent and the society also were not able to pay premium for a long-term.

Keywords: *Marketing, Muslim Society, Education Fund Takaful (Fulnadi)*

Abstrak:

Fulnadi adalah program asuransi dan tabungan yang menyediakan pola penarikan sesuai dengan kebutuhan dana terkait biaya pendidikan anak ketika memasuki jenjang pendidikan TK, SD, SMP, SMA, hingga Perguruan Tinggi. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan, populasi dalam penelitian ini berjumlah 267, dari populasi di peroleh 39 responden yang di hitung menggunakan rumus slovin, data di analisa menggunakan rumus presentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Takaful Keluarga RO Riau Agency dalam memasarkan produk Fulnadi dapat di kategorikan rendah di tunjukkan dengan angka 0%. Pendorong minat masyarakat untuk mengikuti fulnadi adalah karena pentingnya pendidikan yang akan menentukan sebuah kesuksesan, sedangkan yang menjadi penghambat adalah karena tidak adanya agen terdekat dan belum mampunya masyarakat membayar premi dalam jangka waktu lama.

Kata Kunci: *Pemasaran, Masyarakat Muslim. Takaful Dana Pendidikan (Fulnadi)*

1. PENDAHULUAN

Strategi pemasaran yang di lakukan oleh PT. Takaful Keluarga RO Riau Agency adalah dengan cara mengadakan pertemuan dengan orang-orang yang memang ingin mengetahui tentang Takaful, serta menerima anak magang yang akan di bimbing yang kemudian di tugaskan untuk mempromosikan dan mensosialisasikan tentang produk yang ada di Takaful terutama produk Takaful Dana Pendidikan (Fulnadi), permasalahan yang terjadi di Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir adalah kurangnya promosi tentang produk takaful dana pendidikan serta belum adanya masyarakat desa simpang raya yang memiliki polis produk takaful dana pendidikan pada PT. Takaful Keluarga RO Riau Agency. Berdasarkan permasalahan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Takaful Dana Pendidikan (Fulnadi) Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Ro Riau Agency Di Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir”**.

Tujuan kegiatan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang di terapkan oleh PT Takaful Keluarga RO Riau Agency dan bagaimana strategi pemasaran yang di lakukan oleh PT Takaful Keluarga RO Riau Agency untuk mendorong minat masyarakat Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir terhadap produk Takaful Dana Pendidikan (Fulnadi). Strategi pemecahan masalah dalam penelitian ini yaitu permasalahan tentang kurangnya strategi pemasaran yang di lakukan oleh PT Takaful Keluarga RO Riau Agency terhadap masyarakat Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir maka dari itu PT Takaful Keluarga RO Riau Agency di tuntut untuk lebih menjalankan strategi promosi kepada masyarakat secara giat, terartur dan terarah, sehingga akan banyak masyarakat yang mengenal dan tidak ragu untuk memilih PT Takaful Keluarga RO Riau Agency serta dapat meyakinkan masyarakat akan pentingnya berasuransi khususnya asuransi pendidikan (Fulnadi).

Tinjauan pustaka yang relevan dalam penelitian ini adalah penelitian dan pembahasan yang di lakukan oleh Siti Sholihah (Program Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, Surakarta. Tahun 2010) yang berjudul “pelaksanaan asuransi Takaful Dana Pendidikan/fulnadi pada PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Surakarta.” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah asuransi Takaful Dana Pendidikan tersebut dilaksanakan secara benar berdasarkan syariat Islam yang menghilangkan unsur-unsur *gharar*, *maisir* dan *riba*, maka akan menambah kepercayaan masyarakat pada umumnya dan masyarakat Islam khususnya yang menghendaki pelaksanaan asuransi syariah / takaful. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama meneliti tentang produk Takaful Dana pendidikan (Fulnadi), Sedangkan Perbedaan dengan penelitian penulis adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang di lakukan oleh PT. Takaful Keluarga RO Riau Agency untuk mendorong minat masyarakat menggunakan produk Fulnadi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian tumbuh menjadi keinginan manusia, proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, pengiriman barang, dan mempromosikan barang. Seseorang yang bekerja di bidang pemasaran di sebut pemasar.

2.1.1 Strategi pemasaran

strategi pemasaran ialah suatu pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Atau pengertian strategi pemasaran lainnya adalah suatu pola fundamental, dimana adanya suatu perencanaan pemasaran, pengarahannya sumber daya, serta interaksi dengan pasar, pesaing, konsumen dan lain sebagainya. selain itu, dalam suatu strategi pemasaran ada baiknya untuk mempertimbangkan tujuan dari pemasaran, pasar yang diincarnya dan bagaimana mengelola sumberdaya dengan efektif dan efisien. (id.m.wikipedia.org)

strategi pemasaran dibagi menjadi empat jenis yaitu:

1. Merangsang kebutuhan primer dengan menambah jumlah pengguna.
2. Merangsang kebutuhan primer dengan cara memperbesar tingkat pembelian.
3. Merangsang kebutuhan selektif dengan memperhankan pelanggan yang sudah ada.
4. Merangsang kebutuhan selektif dengan cara menjaring pelanggan baru.

Faktor utama yang menjadi penyebab terjadinya perubahan dalam strategi pemasaran adalah :

1. Siklus daur hidup produk, merupakan tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.
2. Tingkat persaingan perusahaan dipasar, dalam hal melakukan strategi pemasaran harus sesuai dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.
3. Keadaan ekonomi, strategi pemasaran harus sesuai dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada pada situasi makmur atau inflasi tinggi.

Strategi pemasaran ini di pengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

1. Faktor mikro, yaitu perantara pemasaran, pemasok, pesaing dan masyarakat.
2. Faktor mikro, yaitu demografi/ekonomi, politik/hukum, teknologi/fisik, dan sosial/budaya.

2.2 Pengertian Asuransi Syariah

Asuransi menurut UU RI NO.2 th.1992 tentang usaha perasuransian, yang di maksud dengan asuransi yaitu perjanjian antara dua belah pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri dengan pihak tertanggung, dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang di harapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin di derita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang di pertanggungkan (Lubis, 2012:79).

Takaful keluarga adalah pelopor perusahaan asuransi jiwa syariah di Indonesia. Mulai beroperasi sejak tahun 1994, takaful keluarga mengembangkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan berasuransi sesuai syariah meliputi perlindungan jiwa, perlindungan kesehatan, perencanaan pendidikan anak, perencanaan hari tua, serta menjadi rekan terbaik dalam perencanaan investasi. (Company Profile ATK, 2018)

2.2.1 Takaful Dana Pendidikan (Fulnadi)

Takaful Dana Pendidikan merupakan produk asuransi jiwa syariah yang dikaitkan dengan program tabungan dan dirancang khusus untuk membantu setiap orangtua dalam merencanakan dana pendidikan buah hatinya. Pola penarikan dana disesuaikan dengan kebutuhan biaya untuk setiap jenjang pendidikan mulai dari Taman Kanak-kanak hingga

Perguruan Tinggi. Takaful dana pendidikan menghadirkan proteksi finansial bagi keberlangsungan pendidikan sang buah hati hingga perguruan tinggi bahkan bilamana orangtua tertimpa musibah meninggal dunia atau cacat total dalam masa perjanjian. (Company Profile ATL, 2018)

2.3 Pengertian Masyarakat

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, Masyarakat adalah sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama, terpelajar, bahasa kelompok orang yang merasa memiliki bahasa bersama, yang merasa termasuk dalam kelompok itu, atau yang berpegang pada bahasa standar yang sama. Masyarakat desa yang penduduknya mempunyai mata pencaharian utama dalam sektor bercocok tanam, perikanan, peternakan, atau gabungan dari kesemuanya itu, dan yang sistem budaya dan sistem sosialnya mendukung mata pencaharian itu (<https://kbbi.web.id/masyarakat> di akses 16 Januari 2019).

3. METODE PENELITIAN

Fokus penelitian yang di gunakan peneliti dalam penelitian ini merupakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam penelitian deskriptif kualitatif ini dilakukan untuk mengumpulkan data dengan fakta-fakta verbal atau berupa keterangan. Maka penelitian ini menggunakan penelitian lapangan yaitu dengan meneliti langsung pada objek yang akan di teliti. Yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir.

Lokasi penelitian ini akan di lakukan di Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau. Waktu penelitian dilakukan pada bulan 10 Maret sampai 05 April 2019.

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan ini adalah:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung yaitu kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga dapat di gambarkan secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut. (Muhammad, 2009:100)

b. Wawancara

Wawancara (bahasa Inggris: *interview*) merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya. (Muhammad, 2009:100)

c. Kuesioner / Angket

Angket adalah serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk di isi oleh responden, angket digunakan untuk mendapatkan keterangan dari sampel atau sumber yang beraneka ragam yang lokasinya tersebar di daerah yang luas. (Muhammad, 2009:100)

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data skunder yang disimpan dalam bentuk dokumen atau file PT.Takaful Keluarga RO Riau Agency, brosur produk takaful dana pendidikan (fulnadi) dan data lain yang berkaitan dengan yang di teliti. (Muhammad, 2009:100)

Dalam penelitian ini penulis menganalisa data secara kuantitatif yaitu mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail, dengan menggunakan rumus presentase sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

P : angka presentase

F : jumlah frekuensi jawaban responden

N : jumlah responden

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisa Data Strategi Pemasaran Terhadap Produk Fulnadi

Tabel 4.10 Jawaban Responden Tentang Pengetahuan Masyarakat Mengenai PT.Asuransi Takaful keluarga Ro Riau Agency

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Tahu	1	3%
2.	Kurang tahu	38	97%
3.	Tidak tahu sama sekali	0	0%
Jumlah		39	100%

Sumber: *Data olahan angket*

Dari hasil angket sebagaimana telah di kemukakan melalui tabel 4.10, dapat di ketahui bahwa sebagian besar masyarakat Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir (97%) kurang mengetahui keberadaan PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency, namun mereka juga sudah dapat di kategorikan sebagai masyarakat yang mengetahui atau memperoleh informasi walaupun informasi yang diterimanya tersebut masih perlu di perkuat mengenai keberadaan PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency karena informasi yang belum jelas.

Tabel 4.14 Jawaban Responden Tentang Kepemilikan Polis Pada PT.Asuransi Takaful Keluarga Ro Riau Agency

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Tidak	39	100%
2.	Ya	0	0%
Jumlah		39	100%

Sumber: *Data olahan angket*

Tabel 4.14 menunjukkan sudah ada kecenderungan masyarakat untuk ingin berpartisipasi dan bergabung di PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency untuk menjadi pemilik polis fulnadi, namun masih banyak pula yang masih ragu dan belum percaya terhadap PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency sebab informasi yang mereka dapatkan belum sempurna.

Dari hasil analisa dengan menggunakan rumus presentase dapat dilihat bahwa strategi pemasaran yang di lakukan oleh PT.Takaful keluarga RO Riau Agency terhadap Takaful Dana Pendidikan (Fuladi) di desa simpang raya kecamatan singingi hilir termasuk dalam kategori **rendah** yang di tunjukkan dengan angka 0%. Masyarakat desa simpang raya memang belum ada yan memiliki polis produk fulnadi yang ada pada PT.Takaful keluarga RO Riau Agency namun mereka sudah banyak mengetahui bagaimana pentingnya produk fulnadi, manfaat serta kontribusi yang di berikan oleh produk fulnadi yang merupakan produk unggulan PT.Takaful keluarga RO Riau Agency. Namun tindakan dan sikap masyarakat untuk menggunakan produk fulnadi masih belum cukup untuk menggiring mereka sehingga

sampai saat ini belum ada yang memiliki polis terhadap produk Takaful Dana Pendidikan (Fulnadi).

4.2 Analisa Strategi Pemasaran Untuk Mendorong Minat Masyarakat Terhadap Produk Fulnadi

1. Faktor Pendorong

Adapun faktor-faktor pendorong masyarakat Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir untuk mengikuti program Produk Dana Pendidikan (Fulnadi) adalah:

- a. Pendidikan untuk anak adalah prioritas utama terutama pada zaman sekarang ini dimana pendidikan akan menentukan sebuah kesuksesan ataupun menjadi sebuah kebanggaan untuk keluarga, seperti yang di kemukakan oleh Ibu Sarika Nur Yuliana (wawancara calon nasabah pada tanggal 18 maret 2019), maka di rasa sangatlah wajar jika produk Fulnadi menggunakan premi yang cukup besar untuk setiap bulannya.
- b. Asuransi Takaful Dana Pendidikan (Fulnadi) bisa di gunakan sebagai tabungan masa depan yang dapat digunakan untuk membiayai dan mempersiapkan pendidikan anak yang akan memasuki jenjang sekolah yang lebih tinggi, dengan begitu beliau tidak perlu terlalu memikirkan tentang biaya pendidikan yang pastinya akan selalu mahal setiap tahunnya seperti yang telah di ungkapkan oleh Bapak Munawar (Wawancara calon nasabah pada tanggal 18 maret 2019).
- c. Mengikuti program Fulnadi ini sangat lah bagus dan bermanfaat, sebab apabila kita tidak memiliki cukup uang untuk membiayai pendidikan anak maka kita telah memiliki tabungan yang ada pada polis Fulnadi, dan uang tersebut dapat di keluarkan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency sewaktu ingin mendaftarkan anak ke sekolah yang lebih tinggi seperti yang telah di jelaskan oleh Bapak Ali Hadi (wawancara calon nasabah pada tanggal 18 maret 2019).

2. Faktor Penghambat

Adapun faktor-faktor penghambat masyarakat Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir untuk mengikuti program Produk Dana Pendidikan (Fulnadi) adalah:

- a. Kehadiran PT. Takaful Keluarga RO Riau Agency belum mampu mempengaruhi minat masyarakat Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir karena tidak adanya agen serta tidak adanya sosialisasi yang dilakukan oleh PT. Takaful Keluarga RO Riau Agency. Sehingga banyak masyarakat yang masih meragukan PT. Takaful Keluarga RO Riau Agency sebab menurut nya PT. Takaful Keluarga RO Riau Agency tidak terkenal dan baru pertama kali mendengar nama perusahaan tersebut. Menurut Ibu Titin Mei Rika (wawancara calon nasabah pada tanggal 21 Desember 2018) Walaupun produk fulnadi sangat bagus manfaat yang di berikannya namun jika tidak ada agen dan harus mengurus sendiri ke kantor itu sangat repot dan memerlukan banyak waktu serta akan banyak membuang biaya karena perjalanan dari Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir sangat jauh.
- b. Belum mampu nya masyarakat desa simpang raya kecamatan singingi hilir untuk membayar premi yang besar setiap bulannya serta dalam asuransi tersebut menggunakan waktu yang sangat panjang, seperti yang di jelaskan oleh Ibu Winda (Wawancara calon nasabah pada tanggal 19 Maret 2019), memang berasuransi sangat lah penting, mengingat beliau juga pernah menjadi agen dari salah satu asuransi konvensional, namun karena banyak nya kebutuhan masyarakat untuk membiayai kehidupan sehari-hari serta masih banyak biaya yang harus di keluarkan untuk membayar tanggungan setiap bulannya.

- c. Premi dari asuransi Fuladi yang terkecil adalah Rp.200.000./bulan, serta jangka waktu yang digunakan untuk membayar premi juga tergolong lama. Maka dengan premi yang sebesar itu banyak masyarakat yang belum mampu untuk membayar atau dapat dikatakan menabung secara rutin setiap bulannya. Menurut Ibu Musfaizatin (wawancara calon nasabah pada tanggal 19 maret 2019), menurut ibu mus beliau belum bisa mengikuti program dari Produk Dana Fulnadi karena biaya hidup yang mahal, serta masih adanya tanggungan-tanggungan yang harus di bayarkan setiap bulannya.

5. SIMPULAN

Berdasarkan data penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang di lakukan oleh PT.Takaful keluarga RO Riau Agency dalam memasarkan produk Takaful Dana Pendidikan (Fulnadi) dapat di kategorikan **rendah** yang di tunjukkan dengan angka 0%. Masyarakat desa simpang raya telah banyak mengetahui bagaimana pentingnya produk fulnadi, manfaat serta kontribusi yang di berikan namun tindakan dan sikap masyarakat untuk menggunakan produk fulnadi masih belum cukup untuk menggiring mereka sehingga sampai saat ini belum ada yang memiliki polis terhadap produk Takaful Dana pendidikan (fulnadi).
2. Faktor pendorong minat masyarakat muslim desa simpang raya kecamatan singingi hilir terhadap takaful dana pendidikan adalah agar pendidikan anak dari TK, SD, SMP, SMA, hingga Perguruan Tinggi terjamin dan terecana sehingga bisa membanggakan kedua orang tua, serta dengan mengikuti program produk fullnadi orang tua tidak perlu khawatir dengan biaya-biaya pendidikan anak yang pasti akan semakin mahal di setiap tahunnya. Sedangkan yang menjadi Faktor penghambat minat masyarakat muslim desa simpang raya kecamatan singingi hilir terhadap produk takaful dana pendidikan karena tidak adanya agen terdekat untuk meminta penjelasan lebih detail, serta belum mampunya masyarakat untuk membayar premi setiap bulannya dengan jangka waktu yang lama.

UCAPAN TERIMAKASIH

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur senantiasa peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT. Atas rahmat taufik serta hidayah-Nya, dan yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi junjungan alam yang telah berjuang untuk membina dan meningkatkan kualitas manusia menjadi insan sempurna di muka bumi ini.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan sungguh tak terhingga kepada:

1. Ibu Ir. Hj. Elfi Indrawanis, MM selaku Rektor Universitas Islam Kuantan Singingi.
2. Bapak Zul Ammar, SE., ME selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi.
3. Bapak Bustanur, S,Ag., M. Us selaku mantan Dekan Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Kuantan Singingi dan Ibu Sofiatun Nahwiyah, S.Pd.I., MA selaku Dekan Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Kuantan Singingi.
4. Ibu Dian Meliza,S.Hi.,MA selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Kuantan Singingi, sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dalam penyelesaian dan menyetujui permohonan skripsi ini.
5. Bapak H.Fitrianto.,S.Ag.M.,Sh selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan serta saran-saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Meri Yuliani.,SE.,Sy.ME.,Sy selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan serta saran-saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu tim penguji yang telah memberikan kritik dan saran sehingga skripsi ini lebih baik.
8. Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman dan ketrampilannya selama penulis kuliah di Universitas Islam Kuantan Singingi.
9. Ibu Dewi Hartati.S.,Ag selaku pimpinan PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Riau Agency serta Sri Ulvah selaku admin PT. Asuransi Takaful keluarga RO Riau Agency yang sudah memberikan kemudahan bagi peneliti dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi.
10. Seluruh masyarakat muslim Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir yang telah bersedia membantu penulis demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
11. Salam cinta untuk yang teristimewa dan tersayang untuk kedua Orang tua ku, ayahanda Waryono dan ibunda Siratun Ni'mah yang telah membesarkan, membimbing dan mendidik penulis selama ini, serta saudariku Okta Viana dan saudara ku Nuafal Qoir yang senantiasa mendukung dan menyemangati sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan SI.
12. Seluruh keluarga besar ku yang selalu mendoakan dan menyemangatiku serta dorongan dan motivasi baik secara moril maupun materil sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat-sahabatku yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dan motivasi demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
14. Rekan-rekan seperjuangan Miftahul Jannah, Ariyati, Afrita Nuryani, Retno Nur Khasanah serta Seluruh Mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2015 yang turut memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berjasa yang tidak bisa di tuliskan satu persatu dalam membantu kelancaran penyusunan skripsi ini,

semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran diharapkan demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna untuk semua pihak. Amiin.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agus, Bustanuddin. 2006. *Agama Dalam Kehidupan Manusia-Pengantar Antropologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ali, Zainuddin. 2007. *Hukum Asuransi Syariah*. Palu : Sinar Grafika
- Arif, Nur Rianto Al. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Kuntowijoyo, 2018. *Identitas Politik Umat Islam*. Yogyakarta: IRCiSoD
- Lubis, suhrawardi Dkk. 2012. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika
- Muhamad, 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Mowen, John C. Dan Michael Minor, 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Nopriansyah, Walidi. 2016. *Asuransi Syariah - Berkah Terakhir Yang Tak Terduga*. Yogyakarta: Andi Offset
- Rusby, Zulkifli. 2002. *Lembaga Keuangan Syariah*. Pekanbaru: Pusat Kajian pendidikan Islam FAI UIR
- Rivai, Veithzal dan Deddy Mulyadi. 2011. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Rodoni, Ahmad. 2015. *Asuransi dan Pegadaian Syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Sardiman. 2014. *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Schiffman, Leon G. Dan Laslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi Ke7*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV
- Sujarweni, V Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta :Pustaka Baru Press
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2012. *Metodolohi Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sula, Muhammad Syakir. 2004. *Asuransi Syariah (life and general) konsep dan sistem operasional*. Jakarta :Gema Insani
- Sumanto, Agus Edi Dkk 2009. *Solusi Berasuransi Lebih Indah Dengan Syariah*. Bandung: PT Karya Kita
- Wiyono, Gendro. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat Analisis SPSS dan Smart PLS*. Yogyakarta:UPP STIM YKPN

Internet

- <http://etheses.uin-malang.ac.id/4757/1/03220044.pdf> di akses 3 Desember 2018
- <https://eprints.uns.ac.id/3830/1/169382009201010251.pdf> di akses 13 Oktober 2018
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Wawancara>. diakses 12 januari 2019
- <https://kbbi.web.id/minat>. di akses 16 januari 2019
- <http://repository.radenintan.ac.id/4925/1/SKRIPSI.pdf> di akses 20 Januari 2019
- <http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html> di akses 16 januari 2019

Dokumen

- Profil Desa Simpang Raya Kecamatan Singingi Hilir*.2018
- Profil PT. Takaful Keluarga RO Riau Agency*. 2018

